

Nouvelle approche de l'espace public européen

Dépasser le clivage entre sciences de l'information et de la communication et science politique

For an Approach of the European public Sphere. Exceeding the Split between Communication Science and the Political Science

Éric Dacheux



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1193>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1193

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2008

Pagination : 221-242

ISBN : 978-2-86480-981-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Éric Dacheux, « Nouvelle approche de l'espace public européen », *Questions de communication* [En ligne], 14 | 2008, mis en ligne le 23 septembre 2015, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1193> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1193

> NOTES DE RECHERCHE

ÉRIC DACHEUX

Laboratoire de recherche sur le langage

Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand

Eric.Dacheux@univ-bpclermont.fr

NOUVELLE APPROCHE DE L'ESPACE PUBLIC EUROPÉEN. DÉPASSER LE CLIVAGE ENTRE SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION ET SCIENCE POLITIQUE

Résumé. — L'espace public est fortement structuré par l'espace médiatique. Pourtant, cette évidence empirique ne se traduit pas, dans les études européennes, par des recherches cherchant à articuler ces deux notions. Il existe plusieurs causes expliquant ce paradoxe. Dans cette contribution, nous mettrons en avant deux explications principales : une faiblesse conceptuelle et un cloisonnement disciplinaire. En effet, la recherche francophone s'intéressant à l'espace public européen ne se préoccupe guère des médias, tandis que les travaux portant sur les médias dans l'Union européenne n'utilisent que fort peu la notion d'espace public. À la lumière d'une revue de littérature francophone, il s'agit donc de comprendre pourquoi deux approches disciplinaires voisines (la science politique et les sciences de l'information et de la communication) s'évitent si souvent, alors même qu'elles étudient le même processus (l'eupéanisation).

Mots clés. — Sciences de l'information et de la communication, espace public européen, science politique, Union européenne.

Aujourd'hui, dans les démocraties modernes, les médias généralistes (radio, télévision, presse) jouent un double rôle. D'une part, ils favorisent une démocratie de masse, confrontée à la question centrale de la gestion du grand nombre (Hermès, 1988) ; d'autre part, ils participent – comme le montre Benedict Anderson (1983) – à la construction des identités nationales. Autrement dit, l'espace public est fortement structuré par l'espace médiatique (Ferry, 1989 ; Wolton, 1991). Pour autant, dans les études européennes, cette évidence empirique ne se traduit pas par des recherches qui chercheraient à articuler ces deux notions. Plusieurs causes expliquent ce paradoxe. Ici, nous mettrons en avant deux explications principales : une faiblesse conceptuelle et un cloisonnement disciplinaire. En effet, la recherche francophone s'intéressant à l'espace public européen ne se préoccupe guère des médias, tandis que les travaux portant sur les médias dans l'Union européenne (UE) n'utilisent que fort peu la notion d'espace public. Cette revue de la littérature ne prétend pas à l'exhaustivité, mais vise la représentativité. Pour ce faire, nous nous appuyons sur la connaissance du champ, liée à notre animation de l'équipe « Espace public européen » du laboratoire Communication et politique¹, mais aussi sur une recherche spécifique sur laquelle nous apporterons des précisions théoriques et méthodologiques. À la lumière d'une revue de littérature francophone, il s'agit de comprendre pourquoi deux approches disciplinaires voisines (la science politique et les sciences de l'information et de la communication) s'évitent si souvent, alors qu'elles étudient le même processus (l'eupéanisation).

Cadre théorique et méthodologique

Cette contribution est la version remaniée et augmentée d'une communication à un colloque (Dacheux, 2005b) qui visait à faire le point sur les différents secteurs de la recherche s'intéressant à la construction de l'Europe politique : politiques publiques, mouvements sociaux, médias, etc. Elle garde une trace de cet exercice académique de revue de littérature, mais cherche aussi à comprendre les raisons qui conduisent au résultat que celui-ci met crûment en lumière : la faiblesse des travaux scientifiques s'interrogeant sur le rôle des médias dans l'émergence d'un espace public européen. Sans doute, diront certains, est-ce tout simplement parce qu'il n'existe pas d'espace public européen, que cette notion n'a aucun

¹ L'équipe pluridisciplinaire (sciences de l'information et de la communication, science politique, sociologie) du laboratoire Communication et politique – composée de sept chercheurs – s'est efforcée, durant son activité (1999-2004), d'aborder la question théorique de l'espace public européen à travers trois terrains : les associations (approche *bottom up*), les institutions (approche *top down*), et les médias.

sens. Nous répondrons à cette objection avant de fournir des précisions méthodologiques.

S'interroger sur l'espace public européen, ce n'est pas postuler son existence empirique

On le sait, la notion d'espace public a été forgée dans le cadre de l'État-nation. Rien ne prouve donc *a priori* que la notion d'espace public européen soit pertinente. Cependant, trois faits poussent à utiliser cette notion de manière critique. D'abord, Jürgen Habermas (2000) lui-même défend l'idée d'un espace public européen. À l'identique, des acteurs européens font référence à ce concept qui les guide dans leurs actions. En outre, les institutions européennes utilisent cette notion dans leurs textes officiels, la nouvelle politique de communication de l'UE visant même de façon explicite à faire advenir un espace public européen (Commission européenne, 2008) ; ensuite, des réseaux associatifs européens, tel le Forum permanent de la société civile européenne, mettent en œuvre des débats publics européens dans l'espoir de faire naître un espace public européen (Weisbein, 2002a ; 2002b). Enfin, la création d'une « citoyenneté européenne » via le traité de Maastricht, pose fortement la question du lien, de la médiation symbolique, entre les citoyens de l'Union et les institutions européennes. Il ne s'agit donc pas de postuler l'existence d'un espace public européen, mais d'interroger la pertinence du concept d'espace public dans un cadre européen à partir du moment où des acteurs utilisent cette notion. Or, le concept soulève de nombreuses difficultés. La première est liée à son succès. Il est employé par les chercheurs pour appréhender la vie sociale, mais ce travail de recherche est, à son tour, utilisé par les acteurs sociaux pour modifier la réalité sociale. Dès lors, plus qu'un écart classique entre usage public et usage scientifique d'un concept, on assiste à un enchevêtrement sémantique ; le même terme renvoyant, chez les acteurs comme chez les chercheurs, à des acceptions différentes se recoupant partiellement : l'ensemble des espaces non domestiques, les lieux physiques où se rassemble un public, les espaces médiatiques où se déploie le débat politique. La seconde difficulté, étroitement liée à la première, tient à l'ambiguïté du concept d'espace public. Ce terme rend compte d'une réalité sociale historique concrète, mais renvoie à une conception normative de la vie démocratique. Ensuite, il fait référence à une réalité conceptuelle unique, mais s'incarne dans des réalités symboliques et empiriques extraordinairement diverses. Cette double ambiguïté explique pourquoi de nombreux chercheurs remettent en cause l'intérêt heuristique du concept : certains parce qu'ils n'adhèrent pas aux valeurs normatives qui le sous-tendent (Pierre Bourdieu et les sociologues marxistes), d'autres parce qu'ils doutent de l'existence concrète historique d'un espace public (e.g. Schudson, 1992).

Malgré ces critiques, le concept d'espace public irrigue l'ensemble des sciences humaines et sociales, de l'histoire à l'architecture en passant par la pragmatique de la communication et la science politique. Ce qui autorise un dialogue transdisciplinaire sur ce thème, mais qui, en même temps, génère des incompréhensions puisque, d'une discipline à l'autre, le sens se déplace légèrement si bien que l'historien, l'architecte ou le philosophe qui parlent d'espace public n'évoquent pas tout à fait la même chose. Il convient donc de définir, ce que nous entendons par « espace public », non pour imposer un sens, une définition « légitime », mais pour faciliter la compréhension, donc la critique des propos tenus.

Nous nous focalisons sur l'espace public en tant que fondement de la démocratie. Une telle acception renvoie, à travers le concept de « communauté politique » (Tassin, 1991), à celle d'un lien social qui ne se noue pas seulement dans des solidarités primaires endogènes à un groupe culturel, mais qui se construit également dans des solidarités secondaires entre individus appartenant à des groupes culturels différents. C'est ainsi que, dans une vision finalement assez proche de celle défendue par Claude Lefort (1986), nous nous intéressons à une vie politique qui déborde largement le triangle hommes politiques, journalistes, sondeurs, pour englober les actions collectives des citoyens regroupés ou non dans des formes organisationnelles (ONG, associations, coordinations, etc.). Dans le même ordre d'idée, définir l'espace public comme l'espace argumentatif où des sujets, respectant une éthique de la discussion, échangent des arguments rationnels dans le but de parvenir à un consensus, conduit le chercheur à n'étudier qu'une portion – bien peu représentative (les conférences de consensus) – des débats publics contemporains. C'est pourquoi, dans une vision synthétique, nous avons adopté la définition suivante, à savoir que l'espace public est, tout à la fois :

- le lieu de légitimation du politique. C'est par l'espace public que les citoyens ont accès aux informations politiques, qu'ils peuvent débattre et se forger une opinion et qu'ils peuvent choisir les personnes qui exerceront le pouvoir politique. C'est par l'espace public que les citoyens se sentent non seulement destinataires du droit, mais aussi auteurs de ce droit (Habermas, 1992b) ;
- le fondement de la communauté politique. L'espace public est un espace symbolique qui, comme le rappelle le philosophe Étienne Tassin (1991), permet de relier entre eux des individus n'appartenant plus à des communautés traditionnelles ;
- une scène d'apparition du politique. C'est sur l'espace public que les acteurs politiques se mettent en scène et où les problèmes politiques deviennent visibles (Arendt, 1958).

D'évidence, à l'échelon européen, il n'y a pas l'équivalent de l'espace public national. L'UE est un espace juridique et un espace économique en voie d'unification, ce n'est pas encore un espace public politique. Cependant, deux phénomènes doivent être pris en compte. Même si l'espace public

européen n'est pas une réalité empirique, c'est un concept qui produit des effets de réalité puissants dans la mesure où des chercheurs tentent de cerner ses conditions d'effectivité, tandis que des acteurs politiques cherchent à le faire advenir. Dès lors, la partition entre faits et normes n'est ni possible ni souhaitable. Impossible puisque le chercheur ne peut pas objectiver une réalité politique qu'il contribue, même s'il s'en défend, à construire puisque ces travaux sont lus, repris, critiqués, détournés par les acteurs. Peu souhaitable parce que, premièrement, le concept d'espace public possède dans sa généalogie même une conception normative assumée par Jürgen Habermas (1965), et que, deuxièmement, dans la réalité empirique, c'est au nom d'une certaine vision de la démocratie que les acteurs associatifs et institutionnels agissent pour mettre en place des espaces de débats européens. Ensuite, si l'UE ne possède pas un espace public européen central, large et populaire, il existe des espaces publics européens plus ou moins sectoriels et dépendants des institutions où des acteurs politiques mènent des débats européens sur des questions européennes : plate-forme européenne des ONG sociales, parlement européen, etc. Il existe également des médias internationaux couvrant le territoire européen dont certains sont créés et/ou financés pour promouvoir la citoyenneté européenne (CaféBable, Euronews...). La prise en compte de ces deux phénomènes ne permet pas de présager de la création d'un espace public européen, mais invite à pousser l'analyse de la construction politique de l'Europe au-delà du fameux constat d'évidence nommé « déficit démocratique ». La réalité est bien plus complexe qu'il n'y paraît au premier abord. Des phénomènes aussi spectaculaires que la baisse continue de la participation aux élections européennes, l'illisibilité du système juridique européen ou l'absence d'un média paneuropéen généraliste de forte audience, ne doivent pas masquer des processus comme l'eupéanisation des acteurs sociaux (associations, syndicats, mutuelles, fondations), la mise en place, dans les traités européens, d'une citoyenneté européenne, la présence de certains débats européens dans les médias nationaux et régionaux. Autrement dit, une entité politique transnationale se bâtit sous nos yeux, même si, d'un point de vue normatif, la pertinence du modèle démocratique qui se construit peut être remise en cause.

Précisions méthodologiques

Avant tout, les commentaires qui suivent sont fondés sur la connaissance d'un champ de recherche labouré depuis notre thèse (Dacheux, 1990). Bien entendu, personne ne peut prétendre connaître parfaitement un secteur scientifique donné. C'est pourquoi, nous avons souhaité prendre du recul et objectiver, pour partie, ces connaissances subjectives par une enquête empirique. Celle-ci ne vise ni à l'exhaustivité ni à la réfutabilité, mais à faire contrepoids à une subjectivité qui se sait faillible. Ce contrepoids empirique

est constitué d'une enquête internet par mots clés. Cette enquête avait été conduite une première fois en 2006² et reconduite sur d'autres sites en juin 2008, les recherches ayant porté cette fois-ci sur trois sites grand public, tels la FNAC, Amazon France, Amazon Royaume-Uni, et sur deux sites spécialisés, l'Observatoire européen de l'audiovisuel et l'Institut de l'information scientifique et technique (INIST)³. La logique de cette enquête a eu pour objectif de croiser la littérature grand public et la littérature scientifique, afin d'avoir une image assez précise des publications parues sur l'objet étudié, tandis que les mots clés utilisés ont été les suivants : espace public européen, espace public, médias européens et médias. Pour le site Amazon Royaume-Uni, les mots clés sont restés en version anglaise⁴. En fait, les limites d'un tel travail sont nombreuses. Il n'est pas exhaustif et ne porte pas sur un échantillon représentatif de sites, même si ceux qui ont été choisis sont parmi les plus fréquentés et offrent une certaine fiabilité dans les données. De même, cette recherche par mots clés ne propose qu'un premier filtrage (puisque le moteur de recherche va prendre la co-présence des ces termes sans les contextualiser), mais souligne néanmoins l'affichage voulu par les auteurs. Par ailleurs, d'autres mots clés – peut être plus pertinents – auraient pu être choisis et conduire à un autre résultat, même si un test réalisé avec le vocable « construction européenne » ne changeait rien de fondamental aux résultats explicités ci-après. Enfin, un ensemble de travaux (thèses, rapports de recherches...) n'ont pas été pris en compte avec ce type d'analyse. Malgré ces limites, ce type d'approche – comme le montrent les tableaux ci-dessous – confirme largement ce que la connaissance académique du champ mettait en avant : la faiblesse des travaux analysant la dimension européenne de l'espace public et/ou des médias.

Tableau I : Données brutes en provenance de sites « grand public ».

	Espace public européen	Espace public	Union européenne	Médias européens	Médias
FNAC ⁵	61 (2+59)	74 (47+27)	2 411	2 (1+1)	590 (58+332)
Amazon FR	10	285	4 444	19	10 098
Amazon RU	25	340	34 631	417	135 652

² L'enquête a été conduite sur deux sites « grand public », Questia et Amazon (mots clés « espace public européen », « média(s) européen(s) »), et sur deux sites spécialisés : cnrs et Observatoire européen de l'audiovisuel (mêmes mots clés que pour les sites « grand public »).

³ Il s'est agi plus précisément du site article@inist

⁴ Par exemple, espace public a été traduit par *public sphere* sur le site d'Amazon Royaume-Uni.

⁵ Le site de la fnac distingue les titres (chiffre de gauche) et les livres rares ou anciens (chiffre de droite), le chiffre indiqué est le total des deux autres.

Trois constats peuvent être tirés de ce tableau. Les ouvrages consacrés aux médias (590 pour la FNAC, 10 098 pour Amazon FR) et à l'UE (2 411 pour la FNAC, 4 444 pour l'UE) sont, en valeur absolue, nombreux. Le nombre de titres se référant à la notion d'espace public européen est très faible (61 et 10), tout comme celui des ouvrages portant sur les médias européens (2 et 19). Enfin, ces chiffres ne reflètent pas une spécificité de la recherche francophone, car les données recueillies sur le site Amazon RU indiquent les mêmes tendances.

Tableau 2 : Données brutes en provenance de sites spécialisés.

Médias (media)		Espace public (public sphere)	Espace public européen (european public sphere)	Médias européens (european media)
	Observatoire européen de l'audiovisuel	2 (5)	1 (1)	4 (232)
35 845 articles 110 monographies	INIST@articles	75 articles 9 monographies	0 0 monographie	0 articles 0 monographie

Deux résultats paraissent clairement à la lecture de ce deuxième tableau : la dimension européenne des médias et de l'espace public est très peu prise en compte et les recherches sur les médias ne font pas souvent appel à la notion d'espace public.

Une fois encore, ces deux tableaux ne constituent nullement des preuves. Car cette contribution ne s'inscrit pas dans une perspective poppérienne de falsification. En revanche, il s'agit de soumettre à la critique les éléments sur lesquels nous nous sommes appuyé pour nous assurer que sa connaissance subjective du domaine analysé (l'espace public européen) n'était pas totalement déconnectée de la production académique accessible. Or, c'est à partir de cette connaissance subjective, qui n'apparaît pas totalement démentie par les faits, que nous déplorons le manque de connections entre deux traditions de recherches.

Des études sur l'espace public européen qui négligent les médias

Les recherches francophones sur l'espace public restent marginales dans les travaux en sciences humaines et sociales portant sur la construction européenne. Par exemple, le *Thema* du CNRS, intitulé « Le CNRS à l'heure de l'Europe » (2003), comporte un dossier décrivant les recherches sur l'Europe menées par les laboratoires de cette institution. Dossier qui ne

fait apparaître qu'une seule fois le terme « espace public ». Pour autant, il est possible, au sein de cette marginalité, de distinguer deux types d'approches consacrées à l'espace public européen.

Les vues « aériennes » de l'espace public

Dans un article souvent cité, Andy Smith (1999) déplore une approche théorique de l'espace public européen qui s'appuie beaucoup plus sur des considérations normatives que sur l'observation attentive des réalités de terrain. Effectivement, les « vues aériennes » de l'espace public dominent les écrits consacrés à cette notion. Schématiquement, on peut les regrouper dans trois catégories. D'abord, des travaux portent sur la possibilité et/ou la nécessité d'un espace public européen : les thèses habermasiennes y sont discutées par de nombreux auteurs défenseurs ou critiques de cette approche post nationale. À cet égard, le livre de Jean Marc Ferry et Paul Thibaud (1992) est exemplaire, mais on peut citer de nombreux autres chercheurs tels Patrice Meyer-Bisch (1999), Mario Télo (1995), Dominique Schnapper (1994). Ensuite, les écrits sont centrés sur la question de la légitimité : le thème de la crise de légitimité des institutions européennes est très fort au lendemain du traité de Maastricht. L'absence d'un espace public européen est l'une des causes avancées pour expliquer cette crise. Dans cette perspective, on retrouve divers travaux dont ceux réunis par Jacques Lenoble et Nicole Dewandre (1992) et certains textes de Paul Magnette (2000) qui parle d'un « espace public européen Orléaniste ». Enfin, les textes sont consacrés à l'identité politique de l'Europe : l'espace public étant, selon Étienne Tassin (1991), l'espace de médiation qui permet de s'identifier à une communauté politique, quelques chercheurs ont approché la question de l'espace public européen en se penchant sur celle de l'identité politique européenne. En France, ce fut le cas autour du programme CNRS, « L'identité européenne en question » (1998-2000), animé par Bruno Cautrès, dont l'un des trois axes s'intitulait « Un espace public et socio politique-européen ? »⁶.

Les études empiriques

En parallèle à ces travaux, stimulants d'un point de vue théorique mais manquant souvent de bases empiriques, on retrouve – beaucoup moins nombreux dans la littérature francophone – des études de terrain que nous avons, par symétrie, également classées dans trois rubriques. Premièrement, les études qui portent sur la mobilisation des acteurs : l'eupéanisation

⁶ Cinq des 42 résumés des recherches soutenues dans le cadre de ce programme mentionnent explicitement le terme « espace public européen ».

des mouvements sociaux et leur contribution à la création d'un espace public européen est un thème qui se retrouve dans quelques travaux francophones, mais qui semble bien moins traité que dans la littérature anglo-saxonne. Mentionnons les travaux réunis par Richard Balme, Didier Chabanet et Vincent Wright (2002) avec, en particulier, un texte de Pierre Lefébure et Éric Lagneau intitulé « Le moment Vilvorde : action protestataire et espace public européen ». On peut aussi signaler l'ouvrage dirigé par François Forêt (2007) qui contient des études empiriques sur les actions de mobilisation menées par les Églises catholiques et protestantes auprès des institutions européennes. Deuxièmement, les analyses centrées sur les politiques publiques : la question de l'espace public européen n'est pas forcément nodale dans l'analyse des politiques publiques européennes, mais c'est une question qui rejaillit indirectement, car ces analyses mettent en avant ce que Virginie Guiraudon (2002) nomme « l'éloignement du regard public », de la mise en place des politiques publiques européennes faisant la part belle au *lobbying* et à la comitologie. Cependant, plusieurs auteurs s'intéressent plus directement à la question de l'espace public européen à partir d'une analyse fine de certaines politiques publiques. Nous pensons à Christian Lequesne (1999) autour de la politique commune de la pêche, ou à Sylvie Ollitrault (2003) à partir de la DG environnement. Troisièmement, l'étude empirique des arènes européennes : on peut chercher à étudier l'espace public européen par l'analyse des arènes publiques européennes de type Forum social européen. C'est ce que nous avons fait dans l'un de nos ouvrages (Dacheux, 2005a), mais aussi ce que Julien Weisbein (2002b) avait réalisé dans sa thèse, avec de très belles pages consacrées à l'analyse du Forum européen permanent de la société civile.

Les travaux politiques consacrés à l'espace public européen présentent donc une double caractéristique : ils sont majoritairement centrés sur les enjeux théoriques de cette notion et ne s'intéressent pas frontalement à la question des médias. Bien sûr, il existe quelques exceptions comme l'ouvrage de Dominique Wolton – *La dernière utopie* (1993) – ou le livre collectif, dirigé par Arnaud Mercier (2003), intitulé *Vers un espace public européen*. Mais à part ces deux productions, on peut avancer que l'étude de l'espace public européen prend acte de l'absence d'un média de masse européen, mais ne mène guère de réflexions théoriques et empiriques sur ce sujet. Voyons s'il en est de même pour les recherches portant sur les médias européens.

Des recherches sur les médias européens qui ne font pas référence au concept d'espace public

Le paysage médiatique européen évolue sans cesse. Plusieurs phénomènes expliquent cette révolution permanente. En premier lieu, c'est le cas de la

construction européenne puisque les élargissements successifs ont permis d'intégrer, dans l'audiovisuel européen, de nombreuses chaînes de radio et de télévision. En deuxième lieu, on voit l'évolution technologique, le câble et les antennes satellites, hier, l'internet et le numérique aujourd'hui, ayant considérablement modifié l'offre et la consommation des médias audiovisuels. En troisième lieu, on peut citer la fin du monopole d'État sur l'audiovisuel, d'où une libéralisation des ondes qui a touché, à des degrés divers, l'ensemble des pays fondateurs de l'UE. Enfin, il convient de rappeler l'émergence des médias internationaux : CNN, MTV Europe, Euronews, etc. Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que nombre des analyses européennes consacrées aux médias européens soient des études descriptives de type *Handbook*. Dans ce cadre, les chercheurs français sont sollicités pour dresser le panorama des médias dans leur aire nationale, comme par exemple Jean Marie Charon (2004) avec le recueil *The Media in Europe*, édité par Mary Kelly, Gianpetro Mazzoleni et Denis Mc Quail. En dehors de ces travaux descriptifs, il y a deux grandes manières, en sciences de l'information et de la communication et en science politique, d'approcher le rôle des médias dans la construction européenne : analyser la politique de l'UE dans le secteur de la communication et chercher à rendre compte de la présence de l'Europe politique dans les médias européens.

Les études sur les politiques publiques de l'UE dans le secteur de la communication

Les études européennes concernant le secteur de la communication, peuvent, en France, se subdiviser en deux domaines : l'analyse des politiques publiques menées dans le secteur des médias (normalisation technique, textes législatifs, programmes européens...), et l'étude de la place des médias dans la stratégie de communication que les institutions européennes mettent en place pour « rapprocher l'Europe des citoyens ». Concernant les politiques publiques menées dans le secteur des médias, même si des travaux portent sur l'édition (Viéra, 2000), la plupart des recherches en sciences de l'information et de la communication portent sur deux aspects particuliers : la politique européenne en matière d'audiovisuel et l'étude de la direction générale (DG)⁷ « Société de l'information ». L'audiovisuel est un secteur industriel à part entière qui, en tant que tel, fait l'objet d'une grande attention de la part de la Commission européenne. Cette dernière, contrairement à l'action conduite dans les autres secteurs économiques (énergie, assurances, transports...),

⁷ Les DG sont dirigées politiquement par un membre de la Commission, elles sont le pendant, au niveau européen, des ministères des États-nations.

cherche à instaurer une régulation européenne du secteur audiovisuel, au grand « dam » du gouvernement américain qui aimerait déréguler totalement le marché européen⁸. Cette spécificité et les enjeux politiques qui se cachent derrière cette « exception culturelle », ont fait l'objet de plusieurs travaux dans le champ des sciences de l'information et de la communication (Polo, 1999 ; Machet, Robbillard, 1998 ; Regourd, 1992...). Cependant, à l'heure actuelle, les recherches se tournent dans deux directions. Tout d'abord, vers la DG « Société de l'information », beaucoup plus dans une perspective critique que dans une approche descriptive, ainsi qu'en témoignent les travaux de Laurence Monnoyer-Smith (2004), ou les études réunies dans le numéro thématique de la revue *Réseaux* (2000), intitulé « Questionner la société de l'information ». Ensuite, vers la « communication audiovisuelle des institutions européennes » (Martinez Felix, 2007), c'est-à-dire l'utilisation des médias par des instances européennes qui doivent faire face à la montée d'un euroscepticisme, incarné par les échecs aux référendums sur le traité constitutionnel ou le traité de Lisbonne. Ce dernier aspect est bien entendu fort imbriqué avec le point suivant. Ainsi, du côté des travaux analysant la politique de communication des institutions européennes, chaque institution européenne possède-t-elle son service de communication. De même, à l'intérieur d'une institution comme la Commission, chaque DG possède un service consacré à cette tâche, d'où une certaine cacophonie, mais aussi une certaine difficulté à analyser « la » politique de communication de l'UE. Difficulté qui peut expliquer, en partie, le peu de travaux francophones consacrés à ce sujet, la 17^e livraison de la revue *Communication et organisation*, « Europe et communication » (2000), étant une notable exception. Cependant, les récents travaux de la Commission visant à définir une stratégie de communication pluriannuelle⁹ et la nomination d'une vice-présidente, chargée de la communication (Margot Wallström), indiquent clairement la volonté de bâtir une véritable politique publique européenne dans ce domaine. L'émergence d'une telle politique semble relancer l'intérêt des chercheurs (Dacheux, 2004 ; Ollivier-Yaniv, 2004). Tendance que la publication d'un livre blanc « sur une politique de

⁸ Il faut dire que cette tradition régulationniste du secteur est déjà ancienne et a même précédé la construction européenne. En effet, au moment de la signature du traité de Rome instituant la Communauté économique européenne (25 mars 1957), l'UE de radio-télévision (UER) existait depuis 7 ans. Cet organisme est né de la volonté des chaînes nationales d'Europe de l'Ouest de favoriser l'échange de programmes, et la retransmission simultanée d'événements internationaux comme le concours de l'Eurovision. Aujourd'hui, cette instance regroupe 71 chaînes provenant de 52 pays d'Europe et exerce, en plus des fonctions mentionnées, un rôle de défense des services publics de télévision auprès de l'UE.

⁹ Voir notamment deux communications de la Commission : « Sur une stratégie d'information et de communication pour l'Union européenne » (Com, 2002 : 350 et sq.) et « Sur la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication de l'Union européenne » (Com, 2004 : 196 et sq.).

communication européenne »¹⁰ a consolidée puisqu'un ouvrage collectif au moins a largement traité de cette question : celui réuni par le Centre des études européennes de Strasbourg titré *La communication sur l'Europe : regards croisés* (2007).

Les travaux sur l'information européenne

La majorité des travaux en science politique ayant trait aux rapports entre UE et médias concerne l'information européenne. Plus précisément encore, ces recherches portent sur le traitement de l'information institutionnelle dans les médias écrits et audiovisuels. On peut citer la thèse de François Forêt, *L'Europe en représentation. Éléments pour une analyse de la politique symbolique de l'Union européenne* (2001), qui consacre une grande partie de son analyse aux différences de couverture nationale d'un même événement (un sommet européen), ou l'ouvrage collectif dirigé par Virginie Le Torrec et Guillaume Garcia *L'Union européenne et les médias* (2003). De même, le livre réalisé conjointement par la Fondation Robert Schuman et le Centre d'analyse stratégique, *Informers sur l'Europe en France*, paru en 2007, s'interroge sur la manière dont les Français perçoivent l'information européenne tout en rapportant les conclusions d'une étude sur la perception de cette même information dans plusieurs pays de l'Union. Ce type d'étude a le mérite de mettre en lumière certaines régularités dans le traitement médiatique des informations européennes comme le peu de place accordé aux informations européennes, le traitement national des problèmes européens ou la focalisation sur quelques institutions (la Commission, le Conseil, le Parlement européen). Cependant, ces recherches rencontrent deux limites importantes. D'abord, elles n'analysent pas de médias européens, elles sont centrées sur la presse nationale. Dès lors, sans grande surprise, ne peuvent-elles que constater la prédominance d'un cadrage national dans le traitement de l'information européenne. Surtout, elles se concentrent sur l'information noble (la presse nationale, le journal télévisé). Or, l'opinion politique ne se fonde pas exclusivement sur cette information. Elle se forge dans les rencontres interpersonnelles et se nourrit aussi de données recueillies dans des programmes médiatiques, non spécifiquement dédiés à l'information. Par exemple, les citoyens peuvent se forger une opinion sur l'UE à travers des émissions de débat (par exemple en France, *France Europe Express* sur France 3), des films (*L'Auberge espagnole*, Klapisch, 2002), et/ou des émissions de divertissement (*Union libre*, France 2).

¹⁰ Livre blanc sur une politique de communication européenne. Bruxelles (Com, 2006 : 35 et sq.).

Les recherches sur les médias européens sont donc fortement descriptives. Quand elles ne le sont pas, elles n'abordent pas de manière frontale la question de l'espace public européen. Toutefois, deux ouvrages montrent que cette dichotomie n'est pas une fatalité. Le premier dirigé par Dominique Marchetti (2004), *En quête d'Europe : médias européens et médiatisation de l'Europe*, propose des études empiriques sur le traitement régional et national de l'information européenne. Mais ces études sont également complétées par des recherches portant sur les médias européens (Euronews, Eurosport), le journalisme européen, ou la politique de communication d'une direction générale (la DG Environnement). Le deuxième ouvrage couplant étude des médias européens et analyse de l'espace public européen est la 12^e livraison de la revue *Médiamorphoses* dont le titre n'est pas sans résonance avec l'ouvrage précédent : « En quête d'un espace médiatique » (2004). Ce numéro est centré sur de la question suivante : « Y a-t-il un espace public médiatique européen, composante d'un espace public européen, qui corresponde à l'espace politique de l'Union européenne ? » (Forêt, Soulez, 2004 : 21). On se trouve donc au cœur de notre problématique, sans doute parce que cet ouvrage est coordonné par un chercheur en sciences de l'information et de la communication (Guillaume Soulez) et un chercheur en science politique (François Forêt).

En définitive, malgré l'importance empirique des médias dans l'espace public contemporain, peu de travaux s'intéressent au rôle des médias dans l'espace public européen, une recherche sur le site du CNRS allant du reste dans ce sens¹¹. La faute, probablement, à une coupure disciplinaire entre science politique et sciences de l'information et de la communication. Les études sur la construction européenne analysent peu la place des médias, tandis que les recherches sur les médias européens sont dominées par une logique descriptive dans un champ en forte mutation. Les travaux sur l'information européenne, domaine où la frontière entre les deux disciplines semble plus poreuse, restent, quant à eux, trop centrés sur les médias nationaux pour ne pas déboucher sur un constat d'absence d'espace public européen. Constat qu'une interrogation sur les pratiques médiatiques européennes permet toutefois de nuancer comme le montrent les deux recueils collectifs cités. Cependant, le carcan disciplinaire ne saurait, à lui seul, expliquer le peu de recherches portant sur le rôle des médias dans l'espace public européen. En effet, le découpage disciplinaire varie d'un pays à un autre et, pourtant, les travaux internationaux (en

¹¹ En mai 2006, sur le site sciences humaines et sociales (SHS) du CNRS qui recense 405 laboratoires, une recherche par mot clés donne les résultats suivant : 19 sites mentionnent l'expression « espace public européen », 8 parlent « de médias européens », 2 seulement couplant les deux expressions.

langue anglaise) souffrent de la même faiblesse. En effet, une rapide étude sur des sites internet anglo-saxons¹² met en lumière la faiblesse quantitative des recherches portant sur cette question. Ce qui, bien entendu, n'enlève rien à la qualité de celles entreprises par Peter Dalhgren (1995, 2001), Stig Hjarvard (1993) ou Philip Schlesinger et John Erik Fossum (2007), mais montre que ces travaux, souvent cités, dissimulent mal un trou béant de connaissance. Phénomène qui, selon nous, s'explique aussi par une faiblesse conceptuelle freinant considérablement les études théoriques et les enquêtes.

Une faiblesse conceptuelle qui entrave la recherche

S'interroger sur le rôle des médias dans la construction européenne n'est pas simple. D'une part, d'un point de vue empirique, il n'existe aucun média européen capable de rassembler, à l'image de TFI, 30 % ou 40 % de la population européenne à une heure de grande écoute, tandis que les évolutions politiques (élargissement, crises, réformes institutionnelles) se succèdent à un rythme frénétique, faisant de l'Union un objet d'étude « savonnette » qui s'échappe dès qu'on croit le saisir. D'autre part, d'un point de vue théorique, les concepts utilisés souffrent de plusieurs maux : leur définition est floue et leur articulation complexe, l'échelle européenne aggravant les deux problèmes précédents.

Flou conceptuel des deux notions s'articulant difficilement

Le flou conceptuel entourant les notions « d'espace public » et de « média » ne s'explique pas seulement par l'écart, classique, entre usage scientifique et usage courant. Il s'explique aussi par le désaccord théorique entourant ces deux termes. Par exemple, le terme « média » renvoie à des courants de pensées souvent contradictoires. Pour l'école de Francfort, un média est une industrie culturelle, un outil de reproduction et de standardisation des normes culturelles. Pour Marshall McLuhan (1968), un média est, plus prosaïquement, un prolongement technique du corps et si la radio prolonge l'ouïe, la roue est également un média puisqu'elle

¹² Voir tableau 1. Cette recherche, conduite en 2008, confirme celle de 2006 sur le site internet Questia à l'occasion d'une conférence sur le même sujet. Ce site, qui se nomme pompeusement *The World's Largest On line Library*, répertoriait 26 livres contenant l'expression « *European Public Sphere* », 169 ouvrages mentionnant les mots « *European Media* » et 5 seulement associant les deux.

prolonge les pieds ! Du point de vue de la médiologie chère à Régis Debray (1991), les médias sont des techniques de transmission, tandis que pour Dominique Wolton (1999), le terme « média » doit être réservé uniquement aux techniques de diffusion répondant à un projet politique. On pourrait ainsi multiplier à loisir les définitions, mais celles présentées ici suffisent à souligner l'ambiguïté conceptuelle du mot « média ». Ambiguïté qui touche aussi le terme « espace public », comme nous l'avons vu dans la première partie de ce texte. Or, ce flottement sémantique provoque une confusion entre les deux termes. Plus précisément, comme l'espace public national est aujourd'hui fortement structuré par l'espace médiatique, de nombreux chercheurs en viennent à confondre les deux notions. Certes, ces espaces symboliques sont tout deux des espaces de médiation. Cependant, la parenté s'arrête là. Il n'y a pas de lien génétique entre eux : les médias naissent en Europe (France, Allemagne), sous des régimes non démocratiques, et se développent, encore aujourd'hui, dans des régimes autoritaires (Russie, Chine). De même, l'espace public ne se résorbe pas dans l'espace médiatique puisqu'il s'incarne toujours dans divers lieux publics (rue, forums sociaux...), tandis que l'espace médiatique offre de nombreux discours et récits (artistiques, commerciaux...) qui ne concernent pas directement l'intérêt général. Il convient donc de penser non pas la fusion de ces deux notions, mais leur articulation. Ce qui passe par l'introduction d'une troisième notion, l'espace communicationnel, et par un rappel théorique de la différence entre communauté culturelle et communauté politique. Une communauté culturelle est un « être en commun », soudé par l'appartenance à une culture unique. Elle est fondée, nous dit Étienne Tassin (1991), sur l'harmonie, tandis que la communauté politique, elle, préserve les distances, maintient les différences. Elle l'est aussi sur un espace public qui organise la polémique. Une communauté politique permet à des individus appartenant à des groupes culturels différents de vivre ensemble en discutant de ce qu'est l'intérêt général ; une communauté culturelle est circonscrite à un groupe unique qui impose à ses membres ce qu'est l'intérêt général. Dans ce dernier cas de figure, il n'y a pas d'espace public. De plus, l'identité est parfaite entre espace communicationnel et espace culturel. Cependant, dans une communauté politique, cette identité entre les deux espaces symboliques n'a plus lieu d'être, puisque ce sont des individus qui appartiennent à des groupes culturels différents qui débattent des questions d'intérêt général. Or, pour débattre, il faut pouvoir se comprendre. L'espace communicationnel est donc l'espace de médiation symbolique qui permet à tous les membres de la communauté politique – quelle que soit leur appartenance culturelle – de communiquer avec les autres membres de la communauté politique. L'espace communicationnel est constitué de codes symboliques – langue, conception du temps, construction des distances interpersonnelles, etc. – communs aux différents groupes culturels et de connaissances civiques sur la nature et le fonctionnement de la communauté politique qui réunit les

membres de ces différents groupes. Autrement dit, il s'agit d'une culture commune (et non pas d'une culture unique) qui permet l'échange et d'une culture civique qui autorise un débat sur l'intérêt général. Ainsi, dans une communauté politique, l'espace communicationnel est-il le socle de l'espace public, dans la mesure où ce dernier est un espace de médiation dédié aux questions politiques d'intérêt général (i.e. qui intéressent tous les membres de la communauté politique). Il est également le socle de l'espace médiatique, si l'on définit ce dernier comme l'espace technique et symbolique qui objective les communications multidirectionnelles (un ou plus vers plusieurs), distante (ne se déroulant pas en face à face) entre les acteurs d'une communauté donnée. Cependant, même s'ils ont un socle commun, ces deux espaces restent de nature différente puisque l'information politique n'est ni la mission première ni la priorité principale des entreprises médiatiques. L'espace public et l'espace médiatique se recoupent partiellement – dans ce que nous avons appelé un « espace public médiatique », cœur de l'espace public contemporain (Dacheux, 2003) – mais restent deux espaces symboliques distincts qui s'ancrent dans l'espace communicationnel.

Une échelle « européenne » qui complique tout

Par essence, l'UE est un chantier en cours, une réalité mouvante qui provoque une obsolescence rapide des travaux qui lui sont consacrés. L'étude des médias et de l'espace public n'échappe pas à cette constatation : par exemple, le référendum sur la constitution européenne a rendu caduques bon nombre d'analyses portant sur le désintérêt des médias nationaux pour la chose européenne. De plus, l'adjectif « européen » ne renvoie pas exclusivement à l'UE, ce qui explique certaines difficultés dans les recueils des données et des divergences d'analyse sur la nature de l'européanisation observée. Par ailleurs, l'UE, à travers ses programmes cadre de recherche¹³, devient un opérateur majeur des études européennes. Position qui génère d'évidentes questions éthiques mais qui engendre aussi une proximité intellectuelle compliquant singulièrement la tâche du chercheur, les outils conceptuels utilisés par ce dernier pour appréhender la vie sociale étant souvent employés par les acteurs institutionnels pour modifier la réalité européenne. Ainsi la Commission européenne, lors de la préparation du *Livre blanc sur la gouvernance* (2001), avait-elle mis sur pied une sous-commission « Espace public européen », groupe de travail qui, bien évidemment, s'est appuyé – de manière non exclusive il est vrai – sur des travaux financés par la Commission. Mécanisme autopoïétique qui

¹³ Le cinquième et le sixième programme cadre ont servi de supports à de nombreuses recherches dont le projet Europub (voir *infra*).

opacifie singulièrement la réalité analysée. De même, la réalité multilingue de l'Europe affecte la recherche théorique sur l'espace public. En effet, le livre de Jürgen Habermas (1962) s'intitulait *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, expression difficile à rendre dans une autre langue que l'allemand, et qui a été traduite en français par « espace public », mais qui est rendue, en anglais, par l'expression « *public sphere* ». Or, les vocables choisis par les traducteurs sont riches d'un sens métaphorique que se sont empressés d'explorer les auteurs. Ainsi, dans un même ouvrage collectif (Dacheux, 2003), Paul Magnette (2003 : 36) peut-il souligner la fluidité, l'ouverture du concept d'espace public : « Le succès du concept d'espace public révèle, en lui-même, ce glissement sémantique : l'espace est une notion plus fluide que l'État ; la référence au public élargit le spectre de l'analyse à toutes les formes de vigilance civique, au-delà des seuls mécanismes électoraux ». Tandis que Kevin Robins (2003 : 217) met au contraire en avant la rigidité, l'enfermement du concept « *public sphere* » : « Nous devons comprendre que cette harmonie sphérique est une autre façon de fantasmer l'unité, la cohérence et l'intégrité de la communauté imaginée ». Plus qu'une anecdote, ces visions différentes soulignent combien les chercheurs qui travaillent pourtant sur un objet qu'ils savent multiculturel et multidimensionnel (l'UE) sont prisonniers des débats scientifiques nationaux. Enfin, et peut-être surtout, la nature – totalement inédite dans l'Histoire de la construction européenne – rend difficile la transposition à l'échelle européenne des concepts forgés dans le cadre de l'État-nation pour comprendre celui-ci. Ainsi l'articulation théorique entre espace public, espace communicationnel et espace médiatique, n'est-elle tout simplement pas transposable à l'échelon européen¹⁴. Du coup, les recherches européennes sont tentées par deux approches opposées qui, selon nous, conduisent à des impasses. Première tentation, celle du créationnisme : l'UE est un phénomène inédit, il faut donc des concepts inédits aussi et jeter aux oubliettes de l'Histoire les théories reconnues de disciplines dépassées. Deuxième tentation, celle de l'immobilisme : l'UE est un processus lent, régie par les États, il convient alors de dépasser les fantasmes de nouveauté et passer l'UE à la moulinette des concepts durs des sciences sociales établies. La première voie conduit inmanquablement à souligner l'ampleur et la nouveauté de l'eupéanisation, la deuxième aboutit inévitablement à remarquer la faiblesse de l'eupéanisation et la persistance des traits nationaux. Entre invention conceptuelle débridée et conservatisme rigoriste, il semble qu'existe une troisième voie, certainement plus complexe, donc peu explorée, qui consiste à revisiter les concepts existants. Plutôt que de chercher à plier la réalité

¹⁴ Ce schéma n'est pertinent que si la communauté politique considérée possède une culture commune et des médias entièrement endogènes à cette communauté. Ce n'est pas le cas dans l'UE.

empirique dans des modèles théoriques préconstruits, il s'agit de mener un aller-retour constant entre étude de terrain et travail épistémologique sur les concepts. Ces derniers étant compris non comme des cadres rigides d'analyse renvoyant à des phénomènes intangibles, mais comme des formes souples de pensée permettant de saisir les dynamiques nouvelles. Il s'agit d'une démarche en spirale qui consiste à s'appuyer sur des outils intellectuels reconnus dans les sciences sociales – mais forgés à une époque où l'État-nation paraissait indépassable – afin d'analyser le processus de construction d'une entité politique transnationale. Analyse qui, à son tour, conduit à déplacer les frontières épistémologiques et/ou à complexifier les modèles sous-tendant ces concepts canoniques. En somme, il s'agit de repenser nos concepts pour comprendre l'Europe.

Conclusion

Les études européennes combinant la thématique de l'espace public et celle des médias sont très largement minoritaires dans les travaux consacrés à ces deux domaines de recherche. Cette faiblesse thématique n'est pas l'apanage de la recherche francophone puisqu'elle se retrouve également dans la littérature anglo-saxonne. Elle s'explique sans doute par une division disciplinaire du travail scientifique qui tend à s'estomper dans les travaux récents. Mais elle s'explique surtout par une double faiblesse conceptuelle majeure : l'articulation entre espace public et média, d'une part, et l'absence de réflexion théorique sur les caractéristiques originales d'un espace public et d'un média propre à l'UE, d'autre part. Dans ce contexte, on peut tout à la fois se féliciter et s'interroger sur le rôle des programmes européens de recherche. Se féliciter, car l'offre de financement de l'UE encourage des chercheurs à s'intéresser à des questions qui restent marginales dans leur discipline et permet la mise en œuvre de recherches pluridisciplinaires et multinationales permettant de mieux saisir l'objet analysé. C'est ainsi que le projet Europub, financé par l'UE dans le cinquième programme cadre, a permis à sept centres de recherche européens de travailler sur deux thématiques importantes pour la compréhension de l'espace public européen : les mouvements de protestation politique et la classe politique européenne. Mais l'on peut aussi s'inquiéter de la qualité de ces recherches dont le financement semble plus obéir à une logique opérationnelle qu'à une logique de compréhension, et de la distance critique par rapport à l'objet (ici, l'espace public), puisque les chercheurs ont un intérêt matériel puissant (justifier leur financement actuel et trouver un financement futur) à valoriser les processus confirmant les hypothèses des institutions européennes (l'émergence d'un espace public européen). À cet égard, le rapport numéro 1 intitulé *Conceptualising The European Public Sphere* (Crowley, 2003), et le rapport final d'Europub (Giorgi, 2004), confirment malheureusement la pertinence de ce type d'interrogation sur les deux

questions clés que sont la qualité et l'objectivité scientifique. Heureusement, cet enfermement des études européennes dans le giron financier de l'UE n'est pas une fatalité. En effet, l'une des conséquences inattendues du rejet français et néerlandais du traité constitutionnel est d'avoir réveillé une demande sociale et une demande scientifique de connaissance portant sur les rapports entre médias et espace public européen.

Références

- Anderson B., 1983, *Imagined Communities*, London, Verso.
- Arendt H., 1958, *Condition de l'homme moderne*, trad. de l'anglais par G. Fradier, Paris, Calman-Levy, 1983.
- Balme R., Chabanet D., Wright R., eds, 2002, *L'action collective en Europe*, Paris, Éd. Presses de Sciences po.
- CESS, 2007, *La communication sur l'Europe : regards croisés*, Strasbourg, CESS/ENA.
- Charon J.-M., 2004, « France », pp. 65-67, in : Kelly M., Mazzoleni G., McQuail D., eds, *The Media in Europe*, London, Sage Publications.
- Commission européenne, 2001, *Livre blanc sur la gouvernance*, Bruxelles, Commission européenne.
- 2008, *Debate Europe : exploiter la réalisation du plan D comme Démocratie, Dialogue et débat*, Bruxelles, Commission européenne.
- Communication et organisation*, 2000, « Europe et communication, Communication et organisation », 17.
- Crowley J., 2003, *Conceptualising the European public sphere*, Vienne, ICCR, www.iccr-international.org.
- Dacheux É., 1994, *La communication persuasive intra communautaire*, Thèse en sciences de l'information et communication, Université Rennes 2.
- 2000, *Vaincre l'indifférence : le rôle des associations dans l'espace public européen*, Paris, Éd. CNRS.
- dir., 2003, *L'Europe qui se construit : réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Presses universitaires de Saint-Étienne.
- 2004, *L'impossible défi, la politique de communication de l'Union européenne*, Paris, Éd. CNRS.
- 2005a, *Comprendre le débat sur la constitution européenne*, Paris, Éd. Publibook.
- 2005b, « Espace public européen et médias », Cinquième anniversaire de la revue *Politique européenne*, Paris, Institut d'études politiques.
- Dalhgren P., 1995, *Television and Public Sphere*, London, Sage.
- 2001, « Identity formation and EU Citizens : democratic dilemmas and media conditions », in : 15th Nordic Conference on *Media and Communication Research*, Reykjavik, Islande, 10-14 août, http://www.nordicom.gu.se/eng_mr/iceland/english/groups/1_Themediaandglobal.htm

- Debray R., 1991, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard.
- Ferry J.-M., 1989, « Les transformations de la publicité politique », *Hermès*, 4, pp. 15-26.
- Ferry J.-M., Thibaud P., 1992, *Discussions sur l'Europe*, Paris, Calmann-Lévy.
- Fondation Robert Schuman, Centre d'analyse stratégique, 2007, *Informers sur l'Europe en France*, Paris, Éd. La Documentation française.
- Forêt F., 2001, *L'Europe en représentations. Éléments pour une analyse de la politique symbolique de l'Union européenne*, Thèse de science politique, Université Paris I.
- 2007, dir., *L'espace public européen à l'épreuve du religieux*, Bruxelles, Éd. de l'Université de Bruxelles.
- Giorgi L., 2004, *The Europub Project : Final Report*, Vienne, ICCR, www.iccr-international.org.
- Guiraudon V., 2002, « La place de l'Europe dans les débats nationaux », VII^e Congrès de l'association française de science politique, Lille.
- Habermas J., 1965, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. de l'allemand par M. B. de Launay, Paris, Payot, 1978.
- 1981, *Théorie de l'agir communicationnel*, trad. de l'allemand par J.-M. Ferry, Paris, Fayard, 1987.
- 1988, « Vingt ans après : la culture politique et les institutions en RFA », *Le Débat*, 51, pp. 164-172.
- 1990, *Nouvelle préface à l'Espace public*, Paris, Payot.
- 1992a, « Citoyenneté et identité nationale », pp. 17-38, in : Lenoble J., Dewandre N., eds, *L'Europe au soir du siècle*, Paris, Éd. Esprit.
- 1992b, *Droit et démocratie. Entre faits et normes*, trad. de l'allemand par R. Rochlitz et Ch. Bouchindhomme, Paris, Gallimard, 1997.
- 1996, *L'intégration républicaine. Essai de théorie républicaine*, Paris, Fayard.
- 2000, *Après l'État-nation. Une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard.
- Hjarvard S., 1993, « Pan-Europe Television News : Towards a European Political Public Sphere ? », pp. 71-94, in : Drummond P., Paterson R., Willis J., eds, *National Identity and Europe. The Television Revolution*, London, BFI Publishing.
- Hermès, 1988, « Le nouvel espace public », 4.
- 1991, « Espaces publics : traditions et communautés », 10.
- 1999, « Les cohabitations culturelles en Europe », 23/24.
- Kelly M., Mazzoleni G., McQuail D., eds, 2004, *The Media in Europe*, London, Sage.
- Lefebure P., Lagneau É., 2002, « Le moment Vilvorde action protestataire et espace public européen », pp. 495-513, in : Balme R., Chabanet D., Wright R., eds, *L'action collective en Europe*, Paris, Presses de Sciences po.
- Lenoble J., Dewandre N., 1992, eds, *L'Europe au soir du siècle*, Paris, Éd. Esprit.
- Lequesne C., 1999, *L'Union européenne du terrain à la théorie*, actes du séminaire « L'identité européenne en question », Paris, Éd. CNRS.

- Lefort Cl., 1986, *Essai sur le politique*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Lettorrec V., Garcia G., 2003, *L'Union européenne et les médias*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Magnette P., 2000, *L'Europe, l'État et la démocratie*, Bruxelles, Éd. Complexe.
- Machet É., Robillard S., 1998, *Télévision et culture, politiques et réglementations en Europe*, Bruxelles, Institut européen de la communication.
- Marchetti D., dir., 2004, *En quête d'Europe : médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Martinez Felix C., 2007, « La communication audiovisuelle des institutions européennes », pp. 143-158, in : Centre d'études européennes de Strasbourg, *La communication sur l'Europe : regards croisés*, Strasbourg, CEES/ENA.
- MédiaMorphoses, 2004, « Europe, en quête d'un espace médiatique ? », 12.
- Mercier A., dir., 2003, *Vers un espace public européen ? Recherches sur l'Europe en construction*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Meyer-Bisch P., 1999, « Communauté politique et complexité : la «Nation» européenne », *Hermès*, 23/24, pp. 35-48.
- Monnoyer-Smith L., 2004, « Les errances de la société de l'information européenne », in : pp. 129-135, *Questionner l'internationalisation : cultures, acteurs, organisations, machines*, XIV^e Congrès de la SFSIC, Béziers, Société française des sciences de l'information et de la communication.
- Ollitrault S., 2003, « Les mobilisations médiatiques des organisations non gouvernementales et des directions générales », pp. 183-198, in : Dacheux É., dir., *L'Europe qui se construit*, Saint-Étienne, Presses universitaires de Saint-Étienne.
- Ollivier-Yaniv C., 2004, « La communication institutionnelle des gouvernements en Europe », pp. 87-94, in : *Questionner l'internationalisation : cultures, acteurs, organisations, machines*, XIV^e Congrès de la SFSIC, Béziers, Société française des sciences de l'information et de la communication.
- Polo J.-Fr., 1999, « L'audiovisuel européen : un enjeu culturel », *Hermès*, 23/24, pp. 65-72.
- Regourd S., 1992, *La télévision et les européens*, Paris, Éd. La Documentation française.
- Réseaux, 2000, « Questionner la société de l'information », 101.
- Robins K., 2003, « Les dangers du concept de «communauté imaginée» pour l'espace européen », pp. 199, 217, in : Dacheux É., dir., *L'Europe qui se construit : réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Presses universitaires de Saint-Étienne.
- Schlesinger P., Fossum J.-E., eds, 2007, *The European Union and the Public Sphere : A communicative Space in the Making ?*, London, Routledge.
- Schnapper D., 1994, *La communauté des citoyens*, Paris, Gallimard.
- Schudson M., 1992, « Was there ever a public Sphere ? », pp. 143-163, in : Calhoun G., ed, *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge Mass, MIT Press.

- Smith A., 1999, « L'espace public européen : une vue trop aérienne », *Critique internationale*, 2, pp. 169-180.
- Tassin E., 1991, « Espace commun ou espace public ? », *Hermès*, 10, pp. 23-38.
- Telo M., 1995, dir., *Démocratie et construction européenne*, Bruxelles, Éd. de l'Université de Bruxelles.
- Thema*, 2003, « Le CNRS à l'heure de l'Europe », www.cnrs.fr.
- Viéra L., 2000, « Vers l'Europe numérique : les enjeux de l'édition électronique multimédia », *Communication et organisation*, 17, pp. 117-134.
- Weisbein J., 2002a, « La question de l'espace public européen », pp. 91-108, in : Cautrès B., Reynié D., dirs, *L'opinion européenne*, Paris, Presses de sciences po.
- 2002b, *Construire la citoyenneté européenne*, Thèse de science politique, Paris, Institut d'études politiques.
- Wolton D., 1991, « Les contradictions de l'espace public médiatisé », *Hermès*, 10, pp. 95-116.
- 1993, *La dernière utopie*, Paris, Flammarion.
- 1999, *Internet et après ?*, Paris, Flammarion.